

Colruyt analyseert haarfijn consumentengedrag

nieuws

Bij Colruyt werken enkele analisten die voorspellen welke producten de consumenten wanneer kopen. "Van elk product weten we elke dag precies hoeveel en waar het verkocht is en in welke weersomstandigheden", zegt Jean-Pierre Roelands, commercieel directeur van Colruyt. Dit databestand geeft Colruyt een onbetaalbare voorsprong in zijn stockbeheer.

🕒 16 JULI 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:57

□
Bij Colruyt werken enkele analisten die voorspellen welke producten de consumenten wanneer kopen. "Van elk product weten we elke dag precies hoeveel en waar het verkocht is en in welke weersomstandigheden", zegt Jean-Pierre Roelands, commercieel directeur van Colruyt. Dit databestand geeft Colruyt een onbetaalbare voorsprong in zijn stockbeheer.

"Dat is één van de redenen waarom we altijd goed voorbereid zijn op extreem weer", zegt De Dauw van Colruyt. "Het moet al erg tegenzitten voor we ergens met een tekort kampen. Onze klanten weten dat. Bij lange periodes van heet weer komen ze bij ons water kopen in grote hoeveelheden, en minder bij onze concurrenten. Misschien zijn onze winkels niet de meest luxueuze in de distributiesector. Maar daar trekken onze klanten zich niet veel van aan. Ze weten dat er genoeg voorraad is en dat volstaat".

De hitte zorgt niet alleen voor een meerverkoop van water en frisdrank maar evengoed van verse groenten, zoals sla en tomaten. "Bij weer zoals de voorbije dagen voeren we grote hoeveelheden bereide vleeswaren naar de winkels en zelfs enorme voorraden servetten. De typische barbecueverschijnselen". Langdurig koud weer voor heel andere consumptiepatronen. Tijdens het lange, natte en koude voorjaar grepen erg veel consumenten naar typische wintergerechten en de bijhorende groenten. Sla, komkommers en tomaten bleven in de rekken liggen. Bij Colruyt hadden ze dat voorzien.

Langere perioden van mist zorgen er dan weer voor dat de klant minder gemakkelijk zijn huis uitkomt en zijn karretje minder vaak komt vullen. Ook daar speelt Colruyt op in. De gebruikte modellen worden jaar na jaar preciezer, eigenlijk een beetje naar analogie met de echte weersvoorspellingen. Ze zijn nu al zo verfijnd dat de voorspellers bij Colruyt bijna exact kunnen voorzien hoeveel er van welk product nodig is, per winkel, per dag en per artikel.

"Het koopgedrag verschilt trouwens niet alleen met het weer. Er zijn sterke schommelingen volgens de streek waar een Colruyt-winkel zich bevindt", zegt Roelands. Ook die gegevens zitten in de modellen die de keten gebruikt voor zijn stockbeheer en zijn voorspellingen. Zo moeten de Colruyt-winkels in Luik geen actie voeren om de verkoop van jenever te stimuleren. "In Luik drinken ze geen jenever, ze drinken er een lokale variant", weet Roelands. "Voor elk van de winkels zoeken we daarom mensen die hun eigen streek goed kennen", klinkt het.

Volgens Roelands zijn er aanzienlijke verschillen tussen het koopgedrag van Vlamingen, Walen en Brusselaars en liggen de accenten binnen die regio's in de ene stad soms helemaal anders dan in de andere. Zelfs in deze moderne tijden blijven de mensen blijkbaar trouw aan hun streek en aan de plaatselijke geplogenheden.

Bron: Het Nieuwsblad

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)

